



**Hubungan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial dan Faktor Pendorong  
Kehadiran Publik terhadap Partisipasi Politik dalam Perbincangan Politik  
Berbentuk Meme**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Anggita Pratita Sandya**

**NIM : 14030111140120**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2016**

# **Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial dan Faktor Pendorong Kehadiran Publik terhadap Partisipasi Politik dalam Perbincangan Politik Berbentuk Meme**

Anggita Pratita Sandya

---

## **ABSTRAKSI**

Publik memiliki peran penting dalam penentuan kebijakan politik pemerintah melalui partisipasi politik, baik yang disampaikan melalui komunikasi kepada pemerintah oleh publik dan sebaliknya. Beragam cara kritik maupun dukungan yang digunakan publik untuk mempengaruhi pemerintah merupakan bentuk partisipasi politik. Dalam proses komunikasi politik oleh publik dilakukan dalam beragam jenis media yang merupakan bagian partisipasi politik, sebagai kegiatan warga negara biasa dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan umum untuk ikut menentukan pemimpin pemerintahan. Perkembangan teknologi internet dan jejaring sosial di era web 2.0 muncul perubahan gaya dan pergeseran ranah berkomunikasi masyarakat. Sehingga dengan perkembangan dan kemudahan akses dan pembuatan konten yang dilakukan oleh pengguna jejaring sosial salah satunya adalah fenomena internet meme. Internet meme dan segala cirinya menjadi bahasa baru bagi para pengguna jejaring sosial untuk berinteraksi dan mengembangkan satu isu. Dan salah satu isu yang diperbincangkan melalui internet meme di Indonesia adalah isu politik.

Penelitian ini bertujuan mengkaji tentang hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong kehadiran publik terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme, secara eksplanatori kuantitatif dengan kajian teori pembelajaran sosial, faktor internal yang diambil dari teori *uses and gratification* dan *self determination*.

Hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 responden dari 5 kota dengan jumlah peredaran meme tertinggi di Indonesia menunjukkan bahwa; 1) Intensitas penggunaan jejaring sosial memiliki hubungan signifikan terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme tetapi dengan korelasi yang lemah. 2) Faktor pendorong kehadiran publik terhadap memiliki hubungan signifikan terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme tetapi dengan korelasi yang kuat.

Kata kunci: Jejaring Sosial, Motivasi, Motif, Partisipasi Politik, Kehadiran Publik, Internet Meme

## **ABSTRACT**

The public has an important role in determining the policy of the government through political participation, either delivered through a communication to the government by the public and vice versa. Various methods of criticism and public support that is used to influence government is a form of political participation. Various methods of criticism and public support that is used to influence government as a form of political participation. In the process of political communication to the public has done too, as common citizens activities to affect the process of making and implementation of public policies and to determine government leaders. The development of internet technology and social network on the web 2.0 era, shown the changes in style and shifting in public communication sphere. Thus, with the development and ease of access and content creation done by users of social network one of the phenomenon is internet meme. Internet memes and all characteristics turn into a new language for users of social networks to interact and develop a single issue and one of the issues discussed are rehabilitated and reconstructed by internet meme in Indonesia are the political issue.

This study aims to examine the relationship of the social network usage intensity and drivers of public engagement to political participation in the political discussion in the form of memes, by explanatory quantitative study of social learning theory, internal factors are taken from the theory of uses and gratification and self-determination.

The results of this research conducted to 100 respondents from the five cities in Indonesia with the highest number of meme circulation in Indonesia shows that; 1) The social network usages intensity has significant relationship to political participation in political discussion in the form of meme, but with a weaker correlation. 2) The driving factors for the public's engagement has a significant relationship to political participation in political discussion in the form of meme with a strong correlation.

**Keywords:** Social Network, Motives, Motivation, Political Participation, Civic engagement, Internet Meme.

## 1. PENDAHULUAN

Penentuan kebijakan politik pemerintah juga ditentukan oleh partisipasi politik masyarakat. Beragam cara partisipasi politik baik berupa kritik maupun dukungan yang digunakan publik untuk mempengaruhi pemerintah. Dalam proses komunikasi politik oleh publik dilakukan dalam beragam jenis media yang merupakan bagian partisipasi politik, sebagai kegiatan warga negara biasa dalam mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan umum untuk ikut menentukan pemimpin pemerintahan. Perkembangan teknologi internet dan jejaring sosial di era web 2.0 muncul perubahan gaya dan pergeseran ranah berkomunikasi masyarakat. Sehingga dengan perkembangan dan kemudahan akses dan pembuatan konten yang dilakukan oleh pengguna jejaring sosial salah satunya adalah fenomena internet meme. Internet meme, yang dapat diartikan bagian budaya, umumnya gurauan, yang mendapatkan pengaruhnya melalui transmisi secara online (Davison, 2009: 134).

Internet meme sebagai humor politik dalam wacana politik tampak informal dari dunia maya berubah memiliki potensi politis, baik dipandang sebagai modal politik bagi para aktor politik, maupun sebagai media kritik bagi khalayak terutama di kalangan muda pengguna internet. Praktik penyebaran *meme* politik di internet menunjukkan pergeseran pola komunikasi kritik akibat perkembangan teknologi serta konvergensi media yang menyebabkan migrasi kritik ke media sosial. Sementara itu, partisipasi perbincangan politik pada persebaran meme politik umumnya bersifat sukarela (*voluntary*) dan publik memiliki kebebasan untuk memutuskan apakah dia ingin berpartisipasi atau tidak dalam persebaran meme politik. Dari fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan yang dikaji dalam penelitian ini tentang seberapa besar hubungan antara intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong kehadiran publik terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme ?

## 2. KERANGKA TEORI

### 2.1 Hubungan Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Partisipasi Politik Dalam Perbincangan Politik Berbentuk Meme

Intensitas penggunaan jejaring sosial mempengaruhi perilaku atau sikap yakni partisipasi politik perbincangan politik berbentuk meme. Dalam (Rosa Anna. 2010;11) intensitas menjadi dampak meningkatnya motivasi partisipasi politik secara online. Sehingga intensitas penggunaan jejaring sosial akan dielaborasi dengan teori *social learning*.

Intensitas seseorang dalam melakukan kegiatan tidak sama satu dan lainnya. Intensitas atau *intensity* diartikan sebagai kualitas dan kondisi yang sedang dilakukan, besarnya energi, kekuatan, konsentrasi, semangat, yang digunakan dalam beraktifitas, berfikir atau merasakan, keterikatan emosional yang tinggi atau perasaan mendalam.

Pengguna jejaring sosial memiliki intensitas yang berbeda-beda dalam mengonsumsi media, dalam hal ini jejaring sosial. Dalam intensitas penggunaan jejaring sosial akan terdapat kecenderungan untuk membentuk identitas. Terpaa isi atau konten perbincangan jejaring sosial mereka juga berbeda. Kemampuan dan pengetahuan kewarganegaraan atau

politik juga teknologi media akan mempengaruhi motivasi seseorang untuk terlibat dalam suatu isu, salah satunya adalah isu politik. Teori pembelajaran sosial berdasarkan pada penjelasan yang diutarakan oleh Bandura bahwa sebagian besar daripada tingkah laku manusia adalah diperoleh dari dalam diri, dan prinsip pembelajaran sudah cukup untuk menjelaskan bagaimana tingkah laku berkembang. Sehingga semakin tinggi paparan terhadap media dan konten berpengaruh dalam mempengaruhi pola pikir pengguna media tersebut. Tinggi rendah paparan tersebut dipengaruhi seberapa sering seseorang menggunakan media tersebut, lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media tersebut, serta ketertarikan terhadap stimulus yang dipaparkan dan diterima akan memperoleh perhatian dan berlanjut dengan pengolahan stimulus.

Sehingga disimpulkan dalam menentukan rendah tingginya intensitas seseorang dalam menggunakan jejaring sosial dapat dilihat dari :Frekuensi menggunakan jejaring sosial, lama penggunaan jejaring sosial dalam sekali penggunaan, kualitas Perhatian terhadap sosial media, ketertarikan terhadap stimulus

Dalam penelitian ini akan dilihat intensitas penggunaan jejaring sosial dengan meliputi frekuensi serta lama penggunaan dalam menggunakan media, termasuk di dalamnya adalah *share*, membaca, atau menggunakan fungsi media lainnya, seperti *comment*.

## **2.2 Hubungan Faktor Pendorong Kehadiran Publik Terhadap Partisipasi Politik Publik Dalam Perbincangan Politik Berbentuk Meme**

Faktor pendorong adalah beberapa hal yang memungkinkan sesuatu dapat terjadi. Dalam penelitian ini faktor yang diambil adalah faktor internal yang muncul dari dalam diri pengguna yakni motivasi dan motif. Motivasi adalah kebutuhan, keinginan, dorongan untuk berbuat sesuatu. Motivasi merupakan konsep yang digunakan untuk menggambarkan dorongan dorongan yang timbul dalam diri seorang individu yang kemudian menggerakkan perilaku (Gibson, 2006 :77 ). Sedangkan motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat atau *driving force* . Konsep faktor pendorong lalu dielaborasi dengan teori *uses and gratification* dan *self determination*. Variasi motivasi dan motif akan apakah lebih motivasi dan motif tertentu lebih tinggi dengan pola penggunaan jejaring sosial dalam kehadiran publik dalam partisipasi politik.

Teori *uses and gratifications* mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007:192). Teori *Uses and Gratification* sebagian besar diadopsi setiap kali muncul medium baru dengan tujuan untuk mengetahui alasan atau motif mengapa khalayak memilih untuk menggunakan medium tersebut. Menurut McQuail motif-motif tersebut terdiri dari motif informasi (*information*), identitas pribadi (*personal identity*),

interaksi sosial (*Integration and Social Interaction*) dan kebutuhan hiburan (*entertainment*) berikut adalah alasan umum pemilihan media oleh khalayak (McQuail 1987: 73) :

1. *Information*, yaitu informasi mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan sesuatu meliputi:

- a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- b. Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- d. Mencari tambahan pengetahuan.
- e. Belajar, untuk pendidikan diri sendiri.

2. *Personal identity*, yaitu penguatan nilai atau penambah keyakinan; pemahaman diri; eksplorasi realitas; dan sebagainya meliputi:

- a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
- b. Menemukan dan meniru perilaku yang berkaitan dengan tindakan atau mode tertentu.
- c. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam media untuk memuaskan egonya dengan menambah peranan yang memuaskan konsep dirinya.

d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. *Integration and Social Interaction*, yaitu manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan, meliputi:

- a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan meningkatkan empati sosial.
- b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
- c. Menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial.
- d. Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat.

4. *Entertainment*, yaitu hiburan, pelarian dari rutinitas dan masalah, pelepasan emosi, meliputi:

- a. Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan yang secara psikologi.
- b. Bersantai.
- c. Mengisi waktu luang.
- d. Penyaluran emosi.
- e. Pemuasan sexual.

Selanjutnya, motif-motif ini akan mengarahkan perilaku individu dalam mengkonsumsi media dan akan mempengaruhi terpaan selektif individu terhadap jenis isi media.

Harapan dan motif itulah yang melatar belakangi penggunaan media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Jika program informasi tertentu mampu memenuhi harapan khalayak maka kepuasan pun akan tercipta. Namun jika audiens merasa tidak puas dengan program tertentu, maka mereka pun akan mencari kepuasan dari suatu program lainnya. Begitu pula dengan penggunaan meme dalam jejaring sosial saat mampu memenuhi harapan pengguna maka ia akan menggunakan meme pada jejaring sosial tersebut demi memenuhi kepuasan.

Kepuasan yang didapatkan khalayak dalam menggunakan media dapat diukur dengan dua konsep dalam teori *uses and gratification*, yaitu *gratification sought* dan *gratification obtained*. *gratification sought* adalah motif menggunakan media, sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh setelah audiens menggunakan media massa. Dengan kata lain, *gratification sought* merupakan motif yang melatarbelakangi individu dalam menggunakan media massa. Sedangkan *gratification obtained* merupakan kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media massa. Dari dua konsep ini terdapat kesenjangan yang dapat mendeskripsikan kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media tertentu.

*Self determination* adalah teori yang menjelaskan kecenderungan yang mendorong kebutuhan dasar dalam diri manusia ketika merasa perlu berkembang dan kecenderungan dari dalam diri yang mendorong *autonomous motivation* (Ryan & Deci, 2000:3). SDT mengidentifikasi tiga kebutuhan psikologis penting: perlunya kompetensi (Harter 1978; Putih 1963), keterkaitan (Baumeister & Leary 1995; Reis 1994), dan otonomi (deCharms 1968; Deci 1975). Dalam penelitian ini berfokus pada kebutuhan kompetensi dan *autonomy*. Kebutuhan untuk kompetensi didefinisikan sebagai keinginan untuk mencapai tugas-tugas secara optimal menantang (White, 1963:44), kebutuhan otonomi didefinisikan sebagai keinginan untuk merasa seperti inisiator tindakan sendiri seseorang (deCharms 1968). kompetensi juga, Juga mengikuti literatur SDT sebelumnya (Ryan & Deci, 2000:4), penelitian ini menggunakan *precived* untuk merujuk sejauh mana kebutuhan individu untuk kompetensi terpenuhi dan digunakan *precived autonomy* untuk merujuk pada sejauh mana orang memenuhi kebutuhan mereka untuk *autonomy*. Menurut SDT, kebutuhan kompetensi dan otonomi dapat mendukung motivasi, terutama ketika motivasi adalah *autonomy orientation* (Ryan & Deci 2000). Kebutuhan psikologis esensial : kebutuhan Kompetensi :keinginan untuk mendapatkan tugas menantang yang optimal. Kebutuhan Keterhubungan: kecenderungan untuk merasa aman terhubung dan dipandang oleh orang lain serta menjadi bagian hubungan sosial yang lebih besar. (Baumeister & Leary 1995: Reis 1994). Kebutuhan *autonomy* : Keinginan untuk merasa sebagai inisiator suatu tindakan seseorang (deCharms 1968: Deci 1975). Seseorang merasakan kompetensi dan kebiasaan mereka sebagai pendorong determinasi diri mereka (Wang Xuequn 2014 : 10 )

Kecenderungan motivasi yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam perbincangan politik dapat dilihat sebagai faktor pendorong yang memungkinkan seseorang menggunakan meme dalam perbincangan politik. Ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhan yang muncul dari dalam diri mereka maka mereka akan cenderung memenuhi kebutuhan tersebut berdasarkan motivasi yang bisa dipenuhi berdasarkan suatu media. Salah satunya media internet meme digunakan dalam kebutuhan mereka untuk hadir dalam perbincangan politik, baik karena motivasi kompetensi kemampuan dan pengetahuan politik dan penggunaan teknologi atau media, motivasi berdasarkan kebutuhan keterhubungan melalui jejaring sosial, dan kebutuhan atau motivasi *autonomy* yang muncul karena ingin menjadi suatu inisiator atau penggerak dalam suatu isu politik.

### **2.3 Hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong kehadiran publik terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme**

Partisipasi politik adalah kegiatan individu warga negara yang dapat diamati dan diarahkan untuk mempengaruhi pemerintah selaku pembuat sekaligus pelaksana keputusan politik. Secara konsep yang berhasil (efektif) maupun gagal mempengaruhi pemerintah, secara langsung atau tidak langsung, dan melalui prosedur wajar (konvensional) dan tidak melalui kekerasan (*nonviolence*) serta cara diluar prosedur yang wajar (non konvensional) dan berupa kekerasan (*violence*). (Surbakti, 2009, 140).

Aspek politik partisipatif berakar dari konsep Henry Jenkins budaya partisipatif (Jenkins, 2009; 34). Dalam budaya partisipatif, partisipasi secara signifikan rekan-berbasis, interaktif, *nonhierarchical*, independen dari lembaga yang dikendalikan elit, dan sosial, yang dapat diakses analisisnya pada tingkat kelompok daripada individu.

Partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme terjadi di ranah jejaring sosial atau online. Dimana aktivitas yang terjadi. Yang didapatkan dalam format meme.

- |  |  |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Investigasi : anggota komunitas aktif mengejar informasi tentang isu-isu perhatian publik, mencari, mengumpulkan, dan menganalisa informasi dari beragam sumber. (pencarian berita dan percakapan).</li><li>2. Dialog dan feedback : percakapan antar komunitas yang cenderung pada isu dan perhatian publik tentang politik. (forum, chat, komentar).</li><li>3. Sirkulasi : pertukaran aliran informasi terbentuk dari beragam komunitas publik dibanding sekumpulan elit. (pernyataan,</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>diskusi, komentar, interaksi langsung kepada politisi).Produksi : para anggota komunitas tidak hanya mensirkulasikan informasi tetapi juga membuat konten original. (video, artikel, meme).</li><li>4. Mobilisasi : Gerakan yang bertujuan menjalankan tujuan negara atau politis. (perekrutan, berkumpul, petisi). (Joseph, Ellen, Daniel 2014: 8). Dapat dikatakan perbincangan politik berbentuk meme adalah salah satu bentuk partisipasi politik.</li></ol> |
|--|--|

Sifat dan karakteristik meme sebagai format pesan memiliki beberapa keunikan salah satunya adalah keberadaan dan perkembangan meme di masyarakat sangat bergantung pada keinginan publik dalam menyebarkannya. Tidak terkecuali kemampuan meme politik sebagai media perbincangan politik yang menular atau tersebar secara online menyebar ke publik di Indonesia yang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah pengguna jejaring sosial.

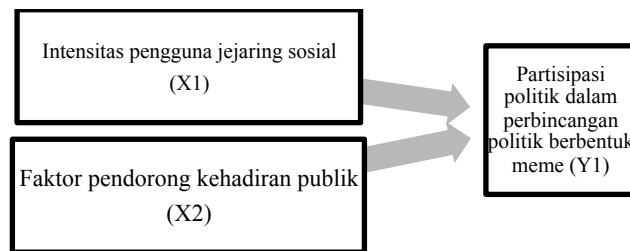
Sehingga motif dan motivasi atau faktor pendorong kehadiran publik dalam perbincangan politik dalam bentuk meme menentukan keberlangsungan dan perkembangan meme yang membahas suatu isu politik. Serta intensitas penggunaan jejaring sosial menjadi salah satu faktor yang memungkinkan seseorang untuk berpartisipasi politik, partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. Maka secara teori intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik dalam kehadiran publik perbincangan politik berbentuk meme.



Bentuk partisipasi yang muncul dalam perbincangan politik berbentuk meme meliputi penyampaian (membuat, mengomentari, membagi ulang) dan pencarian (melihat, membaca, mengikuti perkembangan) informasi atau isu politik berbentuk meme.

Dari penjabaran diatas maka 3 variabel yang kemudian membentuk geometri hubungan variabel sebagai berikut :

### I.1 Geometri Hubungan Variabel



## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka teori di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan jejaring sosial terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. Yang artinya semakin tinggi intensitas penggunaan jejaring sosial maka semakin tinggi kehadiran publik untuk partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme.
2. Terdapat hubungan positif antara faktor pendorong kehadiran publik terhadap perbincangan politik berbentuk meme. Yang artinya semakin tinggi faktor pendorong kehadiran publik semakin tinggi kehadiran publik untuk partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan merupakan penelitian eksplanatori yang bersifat *explanatory research*. Subjek dari penelitian ini adalah para pengguna jejaring sosial di Indonesia di 5 wilayah yakni Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Surabaya yang masing masing kota diambil 20 responden. Data primer didapat melalui *purposive sampling*. Dengan kriteria pengguna jejaring sosial berdomisili di salah satu 5 kota tersebut, usia 17 – 25. analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan utama untuk mengkaji hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial dan faktor pendorong kehadiran publik dalam perbincangan politik berbentuk meme dengan menggunakan uji analisis korelasi Kendall Tau.

## 4. PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Korelasi Intensitas Penggunaan Jejaring Sosial terhadap Partisipasi Politik dalam Perbincangan Politik Berbentuk Meme

Ha : Intensitas penggunaan jejaring sosial (X1) memiliki hubungan positif terhadap

partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme (Y1).

Diperoleh hasil bahwa nilai signifaikansi sebesar 0,005 dengan koefisien korelasi intensitas penggunaan jejaring sosial (X1) terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme (Y1) sebesar 0,189. Disimpulkan bahwa nilai signifikaensi sebesar  $0,005 < 0,01$  yang berarti bahwa kedua variael tersebut terdapat hubungan yang signifikan. Koefisien korelasi X1 dan Y1 dengan nilai 0,189 memiliki keeratan yang sangat lemah.

#### **4.3.2 Uji Korelasi Faktor Pendorong Kehadiran Publik terhadap Partisipasi Politik dalam Perbincangan Politik Berbentuk Meme**

Ha : Faktor pendorong kehadiran publik (X2) memiliki hubungan positif terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme (Y1).

Diperoleh hasil bahwa nilai signifaikansi sebesar 0,000 dengan koefisien korelasi intensitas penggunaan jejaring sosial (X1) terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme (Y1) sebesar 0,532. Disimpulkan bahwa nilai signifikaensi sebesar  $0,000 < 0,01$  yang berarti bahwa kedua variael tersebut terdapat hubungan yang signifikan.

## **5. KESIMPULAN**

### **5.1 Kesimpulan**

1. Intensitas penggunaan jejaring sosial memiliki hubungan positif terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. Hal ini menunjukkan semakin tinggi intensitas penggunaan jejaring sosial pada pengguna jejaring sosial maka semakin tinggi partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan jejaring sosial terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme dapat diterima.
2. Faktor pendorong kehadiran publik memiliki hubungan positif terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. Hal ini menunjukkan semakin tinggi faktor pendorong kehadiran publik pengguna jejaring sosial maka semakin tinggi partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara faktor pendorong kehadiran publik terhadap partisipasi politik dalam perbincangan politik berbentuk meme dapat diterima.

### **5.2 Saran**

1. Keterbukaan informasi dan kebebasan berpendapat di masyarakat yang juga muncul di sosial media dan internet sebaiknya tetap memiliki batasan kontrol dan pengawasan untuk mengatur dan menjamin bahwa informasi yang beredar di masyarakat juga benar. Kebebasan berkreasi dan menyatakan pendapat memang dijamin di UUD 1945. Tujuan dari pengaturan tersebut antara lain adalah menjamin kebebasan masyarakat dalam berpendapat, mencegah informasi yang tidak benar. Pengetahuan dan pemahaman tentang isu dan aturan hukum serta tatanan politik yang baik juga

sangat diperlukan agar masyarakat dapat tetap selektif dalam bersikap saat menggunakan sosial media. Pemerintah atau pihak pihak terkait sebaiknya juga jeli dalam melihat dan mengikuti fenomena meme politik yang berkembang di masyarakat karena meme yang beredar juga merupakan bentuk sikap masyarakat sendiri.

2. Dalam penelitian dengan tema ini kemungkinan terdapat variabel intervening yang sebenarnya memiliki pengaruh lain yang lebih berpengaruh atau jelas. Untuk penelitian yang akan datang dapat menambahkan variabel lain seperti spesifikasi populasi pada tingkat pendidikan, pekerjaan, keterlibatan organisasi serta kepuasan pengguna jejaring sosial. Karena hal itu memungkinkan bisa mempengaruhi partisipasi politik dalam pemerintahan politik berbentuk meme. Pengembangan untuk penelitian selanjutnya juga bisa memperdalam kembali penelitian serupa dengan teori lain.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Bandura, A. (1969). Social Learning Theory of Identification Process. In D.A Goslin (Ed), Handbook of Socialization Theory and research (pp 213 – 262). Chicago Rand McNally.

Hartono. 2008. *SPSS 16.0: Analisis Data Statistika dan Penelitian Edisi ke-2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ramlan, Surbakti (2011) *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta, Grasindo

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1985. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

### Jurnal dan Publikasi

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia (Puskakom). 2015. “Profil Pengguna Internet Indonesia 2014”.

Jakarta : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Tersedia dalam: [http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-](http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui)

[puskakom-ui](http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui). [Diakses pada 20 Januari 2015].

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia (Puskakom). 2015. “Profil Pengguna Internet Indonesia 2015”.

Jakarta : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Tersedia dalam: <http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2015-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui>. [Diakses pada 20 Januari 2016].

Alif Ibrahim. (2012). *Analisis Faktor Pendorong Kontribusi Online User Di Situs User Generated Content Detik Travel*. Universitas Diponegoro. Indonesia

Andreas M. Kaplan & Michael Haenlein, (2009) *Users of The World, Unite ! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Kelly School of Busines, Indiana University.

Anduiza, E., Cantijoch, M. & Cristancho, C. (2009) Los ciudadanos y el uso de Internet en la campaña electoral. IN MONTERO, J. R. & LAGO, I. (Eds.). Madrid, CIS.

Barbara K. Kaye & Thomas J. Johnson. (2002) *Online And In The Know : Uses And Gratifications Of The Web For Political Information*. USA

Brian, Brett. 2011. *The Psychology of Sharing : Why People Share Online*.

Borzsei, Linda K. (2013) *Makes a Meme Instead*. Utrecht University. Netherlands.

C. Bauckhage, (2011). *Insights into Internet Memes*, ICWSM

Davison, P. (2012). *The Language of Internet Memes*. In M. Mandiberg, *The Social Media Reader* (pp. 120-134). New York University Press: New York.

Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press.

Jenkins, H., Ford, S. and Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York and London: New York University

Knobel, Michele. (2007). *Online Memes, Affinities, and Cultural Production A new literacies sampler*. New York: P. Lang

Masri Singarimbun & Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta.

Perpustakaan  
Nasional

Nasri, G. (2012). *Presidential Candidates Don't Always Meme What They Say*.

Rosa Borge & Sofia Cardenal (2010), *Surfing the Net: a pathway to political participation without motivation?*. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona.

Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, Massachusetts: the MIT Press.

Tay, G. (2012). *Embracing LOLitics: Popular Culture, Online Political Humor, and Play*. MA Dissertation. University of Canterbury.

Vasiliki Plevriti. (2013) *Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement*. University of Warwick. Inggris

Wang, Xuquen (2008) *Trust Psychological Need and Motivation To Produce User Generated Content : A Self Determination Perspective*. Dongbei University of Finance & Economics . Dalian. China

### **Artikel Bertia Cetak dan Online**

Cyber. 2012. *Dampak dari Media Sosial* dalam majalah Cyber edisi Oktober 2012

[http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/01/160107\\_trensosial\\_parlas\\_nababan](http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2016/01/160107_trensosial_parlas_nababan)

<http://video.metrotvnews.com/play/2015/12/04/457332/kumpulan-meme-kocak-seputar-sidang-etik-setya-novanto>

<http://www.solopos.com/2015/12/04/trending-sosmed-lucu-memepertanyaanmkd-bikin-sakit-perut-667338>